



## SOSIALISASI PENGELOLAAN KEUANGAN DAN STRATEGI DIGITAL MARKETING PADA USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DI KELURAHAN CIBODAS KECAMATAN CIBODAS KOTA TANGERANG

Oleh

Ria Puspitasari<sup>1</sup>, Asriani Susiati<sup>2</sup>, Amelia Trisavinaningdiah<sup>3</sup>, Eneng Wiliana<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup>FEB, Universitas Muhammadiyah Tangerang, Banten, Indonesia

E-mail: [ria.puspita90@gmail.com](mailto:ria.puspita90@gmail.com)

### Article History:

Received: 18-02-2023

Revised: 18-02-2023

Accepted: 20-03-2023

### Keywords:

Keuangan, Digital

Marketing, UMKM

**Abstract:** Pengabdian ini dilatar belakangi karena adanya penurunan pemasukan semenjak pandemi Covid-19 pada tahun 2020 sehingga membuat kondisi para pelaku UMKM di Kelurahan Cibodas Kecamatan Cibodas mengalami penurunan. Oleh sebab itu, di era digital ini dapat membentuk sebuah teknologi informasi khususnya di bidang pengelolaan keuangan yang banyak digunakan untuk membantu masyarakat dalam mengakses produk jual beli dan berbagai layanan pengelolaan keuangan. Pemasaran produk melalui media online dinilai sangat efektif karena segala aktivitasnya dapat dilakukan setiap waktu dan bisa diakses oleh seluruh kalangan masyarakat. Kegiatan Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk menambah wawasan para pelaku usaha atas pentingnya pengelolaan keuangan karena UMKM memiliki peran yang sangat penting bagi pertumbuhan ekonomi di Kelurahan Cibodas, Kecamatan Cibodas. Hasil dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diharapkan dapat meningkatkan semangat para UMKM untuk lebih bekerja keras lagi dalam memajukan UMKM kelurahan cibodas kecamatan cibodas dan pada umumnya para pelaku UMKM yang berada di Kota Tangerang.

## PENDAHULUAN

Pemulihan ekonomi Indonesia di masa pandemi Covid-19 didukung oleh beberapa sektor, salah satunya adalah usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). UKM memainkan peran penting dalam ketahanan terhadap krisis ekonomi, baik secara individu maupun kelompok. Dampak dari pandemi ini adalah semakin sulitnya kondisi pertumbuhan ekonomi. Kelurahan Cibodas Kecamatan Cibodas merupakan salah satu wilayah di Kota Tangerang yang memiliki potensi dalam mendukung usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). Munculnya interaksi masyarakat yang bersifat restriktif yang diperkenalkan oleh pemerintah menjadi tantangan tersendiri bagi para pelaku UMKM, salah satunya dalam penjualan produk yang mereka produksi. Hal ini mengakibatkan UKM kesulitan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Masalah muncul ini bila tidak diatasi maka akan



menimbulkan dampak yang lebih besar tidak hanya penurunan penjualan saja namun juga berdampak pada kinerja UMKM.

Program Merdeka Belajar – Kampus Merdeka (MBKM) merupakan solusi bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang terdampak pandemi Covid-19, yang berdampak pada perubahan kebiasaan konsumsi dari pasar tradisional ke pasar digital. Menteri Pendidikan dan Kebudayaan, Nadiem Makarim, membuat program ini untuk memungkinkan mahasiswa mengembangkan pemahaman intelektual dan kegiatan nyata yang membantu usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) saat ini. Maksimalkan perkembangan teknologi dengan menyediakan pelatihan pengelolaan keuangan untuk mengatasi permasalahan UKM. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman pelaku bisnis akan pentingnya pengelolaan keuangan, mengingat UKM berperan penting dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia. Risnaningsih (2017:42) menemukan bahwa pengelolaan keuangan merupakan masalah yang sering diabaikan oleh para pelaku UKM, terutama dalam hal pengelolaan keuangan dan kebijakan akuntansi yang tepat.

UMKM tidak hanya perlu memahami ilmu ekonomi, tetapi juga harus mampu bersaing di pasar internasional agar tidak tertinggal seiring persaingan yang semakin meningkat. Oleh karena itu, mereka harus lebih inovatif menentukan strategi pemasaran yang tepat untuk menjangkau target pasar dan meningkatkan penjualan. Perkembangan zaman telah mengarah pada fakta bahwa teknologi informasi berkembang pesat, membuat semua pekerjaan menjadi lebih mudah dan lebih cepat. Meskipun perkembangan teknologi sangat pesat, banyak UKM yang belum memahami penggunaan teknologi informasi. Di era digital ini diharapkan dapat membentuk teknologi informasi khususnya dalam bidang pemasaran.

Salah satu strategi pemasaran yang paling berpengaruh adalah pemasaran digital karena saat ini semua orang mengetahui kemajuan teknologi informasi dan banyak pebisnis menggunakan media massa untuk mempresentasikan atau mempromosikan produknya. Pemasaran produk melalui media online dinilai sangat efektif, karena segala aktivitas dapat diakses kapan saja dan oleh siapa saja. Selain itu, informasi terkait produk yang dipasarkan sudah tersedia di internet sehingga konsumen dapat dengan mudah memilih dan membandingkan produk.

Namun, sayangnya di Kelurahan Cibodas ini hanya sedikit masyarakat yang memiliki surat izin berusaha dan sebagian masyarakatnya masih belum paham terkait pengaplikasian teknologi informasi untuk memasarkan produk. Minimnya pengetahuan masyarakat sekitar terkait digital marketing membuat para pelaku UMKM kesusahan dalam mengembangkan produknya untuk dapat bersaing di pasar usaha. Oleh karena itu, diharapkan dengan adanya kegiatan PKM ini dapat membantu para pelaku UMKM dalam mengembangkan potensi yang ada.

## METODE

Tim PKM sebelumnya melakukan koordinasi dengan Kelurahan Cibodas dan tim UMKM yang ada bawah pendampingan kelurahan cibodas. Metode pelaksanaan dilakukan dengan beberapa tahapan yaitu

### 1. Tahap pertama

Kegiatan pada tahapan pertama adalah melakukan kunjungan ke UMKM untuk mengetahui kondisi UMKM secara riil yang ada di Kelurahan Cibodas Kecamatan Cibodas, Selanjutnya kegiatan yang dilakukan adalah berdiskusi mengenai kendala yang dihadapi



oleh para pelaku UMKM.

2. Tahap Kedua

Pada tahapan kedua dilakukan kegiatan survei kepada beberapa UMKM yang terlibat. Kegiatan ini bertujuan untuk menggali lebih lanjut informasi tentang usaha yang dimiliki.

3. Tahap Ketiga

Ditahap ketiga dilakukan pendampingan dan pelatihan pengelolaan keuangan yang baik dan benar melalui kegiatan sosialisasi mengenai strategi pengelolaan kinerja keuangan yang terintegrasi dengan fintech pada UMKM di Kelurahan Cibodas. Kemudian tahap berikutnya adalah evaluasi penerapan manajemen keuangan dan digital marketing dalam upaya peningkatan omset penjualan bagi UMKM Kelurahan Cibodas.

Adapun waktu dan pelaksanaan kegiatan PKM dilaksanakan pada tanggal 18 September 2022, yang bertempat di Aula Kelurahan Cibodas Kecamatan Cibodas Kota Tangerang. Kegiatan ini di dukung oleh Lurah Cibodas beserta jajarannya, ketua BABINSA, serta masyarakat sebagai pelaku UMKM.

## HASIL

Solusi yang ditawarkan pada program PKM melalui kegiatan KKN di Kelurahan Cibodas dilakukan kegiatan yang bertujuan untuk menekankan kinerja UMKM mealui tahapan ini sebagai berikut:

### Persiapan

Pada tahap ini tim KKN beserta tim PKM ( narasumber ) berkumpul di aula Kelurahan Cibodas untuk menemui perangkat desa dengan didampingi Dosen Pembimbing Lapangan (DPL) untuk meminta izin mendiskusikan program kerja yang dilaksanakan di Kelurahan Cibodas.

Dalam diskusi tersebut tim KKN Kelurahan Cibodas menyampaikan program kerja yang akan dilaksanakan. Yang mana kegiatan tersebut memiliki tujuan buat meningkatkan pemasaran UMKM di Kelurahan Cibodas, Kecamatan Cibodas, Kegiatan ini melibatkan masyarakat yang sebelumnya sudah memiliki usaha dan yang menghadapi permasalahan dalam pemasaran produk ataupun jasa. Tim KKN memperoleh informasi UMKM dari Sekretaris Kelurahan dan dibantu oleh salah satu warga di Kelurahan Cibodas, Kecamatan Cibodas..

Tim PKM yang dalam hal ini merupakan narasumber dalam seminar sosialisasi Pengelolaan Keuangan dan strategi digital marketing, melakukan penyuluhan kepada para pelaku UMKM dengan dimulai pemberian materi tentang bagaimana pelaku UMKM dalam pengelolaan keuangannya, kemudian dilanjutkan kepada materi mengenai strategi digital marketing.



## DISKUSI

Dari hasil penyuluhan dan juga diskusi dengan para pelaku UMKM yang di kelurahan Cibodas, ada beberapa kendala dalam pengembangan UMKM diantaranya adalah terkait dengan Modal usaha, pengelolaan keuangan dan pemasaran produk.

### 1. Sosialisasi Pengelolaan Keuangan

Seiring berkembangnya teknologi yang memasuki berbagai sektor, salah satunya pada sektor keuangan. Hadirnya inovasi fintech telah mendukung kemudahan dalam mengakses layanan jasa keuangan. Perkembangan fintech telah memunculkan banyak inovasi berupa aplikasi layanan keuangan yang memudahkan melakukan pembayaran, pinjaman dan transaksi lainnya di era digital ini. Transaksi pembayaran melalui fintech pada



UMKM dapat memberikan kenyamanan, keamanan, serta kemudahan yang mendukung pelaku UMKM, terutama kemudahan berupa pencatatan, proses transaksi serta meningkatkan penjualan. Pengembangan fintech dan penerapannya dalam UMKM yang belum sepenuhnya optimal, diperlukan adanya pembinaan bagi pelaku UMKM. Tim KKN dan Tim PKM berniat melakukan pembinaan pada UMKM di Kelurahan Cibodas dengan kendala yang dihadapi terutama dari segi pemasaran, modal kerja, produk branding, dan pemasaran melalui *marketplace* online.

Pada umumnya pelaku UMKM memulai usaha mereka dengan bermodal nekat tanpa persiapan rencana pemodalangan jangka Panjang maupun kemampuan dan pengelolaan manajerial yang dibutuhkan dalam berwirausaha. Melalui pelatihan ini, harapannya dapat meningkatkan usaha pelaku UMKM secara berkelanjutan melalui edukasi pengelolaan keuangan.

## 2. Strategi Digital Marketing

Sebelum mengaplikasikan Digital Marketing (pemasaran daring) pelaku UMKM harus mempunyai akun usaha di media sosial. Media sosial yang digunakan buat pemasaran dalam kegiatan ini adalah Instagram. Banyaknya pengguna Instagram menjadikannya sebagai media yang efektif buat promosi. Setelah pelaku UMKM mempunyai akun Instagram, Tim PKM akan mengarahkan cara mengunggah foto produk serta kalimat iklan yang sudah terbuat tadinya. Pemasaran iklan secara daring di Instagram menjadikan produksi UMKM kembali melonjak.

## KESIMPULAN

Kegiatan PKM melalui Program kerja KKN yang sebagian besar dapat berjalan sebagaimana mestinya, permasalahan UMKM dapat diselesaikan melalui Pengelolaan keuangan dan digital marketing, walaupun ada penyesuaian waktu dan situasi lingkungan, sebagaimana para UMKM kurangnya pengetahuan ilmu terutama di bidang pengelolaan keuangan dan digital marketing tersebut, keberhasilan program KKN memberikan manfaat yang saling menguntungkan bagi para UMKM dan mahasiswa itu sendiri. Dampak positif bagi mahasiswa untuk meningkatkan kepedulian terhadap lingkungan sekitar dan memperluas pemikiran mahasiswa. Sedangkan dampak positif bagi para UMKM di Kelurahan Cibodas dapat membuat semangat para UMKM bekerja keras, keinginan untuk maju, mental positif, pola pikir yang kritis pada akhirnya mampu mengembangkan usahanya dengan progresif. Dukungan dari pemerintah sangat diperlukan oleh masyarakat dengan adanya pengadaan fasilitas yang lebih memiliki manfaat atau guna seperti produk UMKM.

## DAFTAR REFERENSI

- [1] Aribawa, Dwitya, 2016. Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Kinerja dan Keberlangsungan UMKM di Jawa Tengah. Jurnal Siasat Bisnis. 20(1). 1-13
- [2] Harahap Hamida Syari, Nita Komala Dewi, dan Endah Prawesti Ningrum, 2021. Pemanfaatan Digital Marketing Bagi UMKM. Jurnal Loyalitas Sosial, Vol. 3 No. 2, 78-84.
- [3] Nikmah, O. F. 2017. Kajian Tentang Pemasaran Online Untuk Meningkatkan Peluang Bisnis. Jurnal Administrasi Dan Bisnis, 11(1), 47-56
- [4] Mekarisce Arnild Augina, 2020. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data pada Penelitian Kualitatif di Bidang Kesehatan Masyarakat. Jurnal Ilmiah Kesehatan Masyarakat, Vol. 12 Edisi 3



- [5] Pelsmacker De Patrick, Sophie van Tilburg, Christian Holthof. 2018. Digital Marketing Strategies, Online Reviews, and Hotel Performance. International Journal of Hospitality Management, Vol 72, 2018: 47-
- [6] Sholawati Latah Diana, Nor Anisa Kumaeroh, dan Irsyadi Syalima, 2020. Upaya Meningkatkan Nilai Ekonomi Pelaku Umkm Melalui Digital Marketing di Tengah Pandemi Covid-19 Dusun Karanganyar. Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat, Volume 1, No.1, 9-12.
- [7] Supratman, L. P., & Rachmansyah, M. (2020). Peran Media Instagram dalam Memasarkan Produk Fashion Dollies. Jurnal Studi Komunikasi Dan Media, 24(1), 73
- [8] Suryanto dan Mas Rasmini, 2018. Analisis Literasi Keuangan dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya. Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi, Volume VIII No.2